

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการศึกษาบทบาทของสื่อในโครงการ เจริญรุดการป้องกันและ
กำจัดหนูเน้นหนักในนาข้าว ปี 2526 ในจังหวัดปทุมธานี เป็นการศึกษาถึง "บทบาทของสื่อ"
ในด้านความรู้ในการป้องกันและกำจัดหนูในนาข้าว การศึกษามีปัญหาอยู่บ้างในด้านการค้น-
คว้า ทฤษฎี แนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพราะการศึกษารูปแบบของสื่อใน
โครงการดังกล่าว ไม่ปรากฏว่ามีท่านผู้ใดศึกษาไว้บ้าง แต่เท่าที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าก็ยัง
มีมีท่านผู้ใดได้ศึกษาไว้โดยตรง จึงเป็นการยากพอประมาณในการที่จะหาแนวความคิดที่
คล้ายคลึงมาเป็นหลักฐานในการอ้างอิง การศึกษารูปแบบของสื่อในประเด็นอื่น ๆ มีบางท่าน
ได้ศึกษาไว้แล้ว ฉะนั้นผู้วิจัยจึงขอยึดแนวทางอันนั้น

การศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งประเด็นที่จะศึกษาได้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของการสื่อสาร
2. ความหมายของ "สื่อ"
3. บทบาทของสื่อ
4. ทฤษฎี เอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับบทบาทของสื่อบุคคล
5. ทฤษฎี เอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับบทบาทของสื่อเฉพาะกิจ

ลักษณะทั่วไป ทั่วไปของการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นพฤติกรรมขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน
ข่าวสารระหว่างบุคคลในระดับต่าง ๆ ของสังคม นับตั้งแต่บุคคลเดียว กลุ่มย่อย ครอบครัว
ชุมชน องค์การ สถาบันและประเทศ กระบวนการสื่อสารจึงสลับซับซ้อนและเกี่ยวโยงไปถึง
กิจกรรมทุกประเภทในสังคม¹

¹ บุญเลิศ ศุภคิลก, การสื่อสาร : โครงสร้างและหน้าที่ในสังคม (กรุงเทพ-
มหานคร : เจริญวิทย์การพิมพ์, 2523), หน้า 1.

การสื่อสารของมนุษย์มีขอบเขตกว้างขวางมาก มีหลายระดับหลายขั้นตอน มีทั้งที่ใช้คำพูด และไม่ใช้คำพูด เรื่องราวที่สื่อสารกันอาจเป็นเรื่องในอดีต ปัจจุบัน หรืออนาคตก็ได้ การสื่อสารแทรกซึมอยู่ในเกือบจะทุกส่วนของแบบแผนการดำรงชีวิตของมนุษย์ จนถึงกับมีผู้กล่าวว่า การสื่อสารคือ วัฒนธรรมของมนุษย์นั่นเอง และจะครอบคลุมถึงแบบแผนการดำรงชีวิตของมนุษย์ทั้งหมด¹ นับว่า การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพื่อจะเข้าใจ จูงใจ หรือมีอิทธิพลต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน² กริช สิบสนธิ กล่าวถึงการสื่อสารว่า มีลักษณะเป็นกระบวนการ คือได้ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสาร คือกระบวนการในการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ทักษะ ประสบการณ์ ด้วยการใช้สัญลักษณ์อันได้แก่ คำพูด รูปภาพ ตัวหนังสือ ตัวเลข แผนภูมิ อากัปกริยาต่าง ๆ³

มังกร ชัยชนะดารา กล่าวถึงการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นศิลปะการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด เห็น และทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง⁴

แชนนอน (Shannon) และวีฟ เวอร์ (Weaver) กล่าวถึงการสื่อสารว่า การสื่อสารมีความหมายกว้างขวางมาก รวมทั้งการดำเนินการของบุคคลหนึ่ง ซึ่งมีผลกระทบ (Impact) ต่อบุคคลอื่น และการสื่อสารมิได้หมายถึงการเขียนหรือการพูดเท่านั้น แต่ยังรวมถึงวิธีการอย่างอื่นอีก เช่น ด้านดนตรี ศิลปพ้องร่ำ และรวมทั้งพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์⁵

¹ สวานิต ยมาภัย, การสื่อสารของมนุษย์ : แนวคิดและแนวปฏิบัติขั้นพื้นฐาน (คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526), หน้า 6.

² เสถียร เขยประทับ, องค์ประกอบของการเผยแพร่ข่าวสาร (วารสารนิเทศศาสตร์ ปีการศึกษา 2524), หน้า 78.

³ กริช สิบสนธิ, การสื่อสารในองค์การ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526), หน้า 2.

⁴ มังกร ชัยชนะดารา, ลักษณะของการสื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2521), หน้า 2.

⁵ Shannon C. and William Weaver, The Mathematical Theory-- (University of Illinois, 1963).



คนเรานอกจากจะมีความต้องการในเรื่องอาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้า และยารักษาโรค อันเป็นปัจจัยสี่ที่จำเป็นแล้ว มนุษย์มีความต้องการที่จะติดต่อสื่อสารกับคนอื่นอีกด้วย¹ จึงกล่าวได้ว่า การสื่อสาร (Communication) เป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมในการอยู่ร่วมกันในสังคม มนุษย์ได้ใช้วิธีการต่าง ๆ ในการติดต่อกับคนอื่น ๆ เพื่อที่จะบอกข่าวสาร ข้อมูล ความรู้สึกนึกคิดความเห็น และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่อกัน² สากล ไพเราะะ กล่าวว่าการติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการ (Process) ที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงทัศนความรู้สึกนึกคิด และประสบการณ์ต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง ฉะนั้นเราอาจถือว่า การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการพิเศษ ซึ่งก่อให้เกิดปฏิกริยาสัมพันธ์ระหว่างมวลมนุษย์ และทำให้ประชาชนแต่ละคนสามารถดำรงชีพอยู่ได้ในสังคม ฉะนั้น กระบวนการสื่อสารมีประเด็นที่ต้องพิจารณา ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารจะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป หรือมากกว่านั้น
2. การติดต่อสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลแบบ 2 ทาง (Two-Way)
3. ก่อให้เกิดความเข้าใจถูกต้องทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร³

ความสำคัญของการสื่อสารที่มีต่อสังคมมนุษย์มีอยู่มากมาย ด้วยการสื่อสารเข้าไปเกี่ยวข้องกับอยู่ทุกกลุ่มของสังคม ดังนั้น การศึกษาเรื่องการสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วยเหตุผลสำคัญ 4 ประการ คือ

1. การสื่อสารเป็นศูนย์กลางของกระบวนการ ที่ทำให้ชนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมช่วยแพร่ออกไป
2. การสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล

¹ Warren K. Agee, Introduction to Mass Communication (New York : The Murray Printing Company, 1976), p.4.

² ระวีวรรณ ประกอบผล, นโยบายสื่อสารมวลชนไทย (วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2523), หน้า 128.

³ สากล ไพเราะะ, การประเมินผลกลุ่มคนฟังวิทยุกระจายเสียง (เอกสารประกอบการบรรยายการสัมมนาฯ กรมประชาสัมพันธ์, 2525), หน้า 4.

3. การสื่อสารก่อให้เกิดทักษะในการประกอบอาชีพ

4. การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และการกระทำที่มีชั้น¹

การสื่อสารจะสมบูรณ์ได้นั้น จะต้องเกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับ คือ ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงท่าที เปลี่ยนพฤติกรรม เปลี่ยนความเชื่อที่เคยมีอยู่แต่เดิมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา แม้เปลี่ยนไปในทิศทางตรงกันข้ามกับที่ผู้ส่งสารพึงประสงค์ นับว่าการสื่อสารก็เกิดขึ้นแล้ว ในโครงการที่ผู้วิจัยศึกษานี้เกษตรกรได้ติดต่อสื่อสารกับญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล เกษตรจังหวัด และพนักงานขายสินค้ายาปราบหนูนา ผลของการติดต่อสื่อสาร อาจจะเป็นประโยชน์หรือล้มเหลวก็ได้ หากผลของการสื่อสารเป็นไปในทางที่ไม่พึงประสงค์ต้องหาทางปรับปรุงการสื่อสารให้เหมาะสมยิ่งขึ้น รูปแบบการสื่อสารในโครงการที่ผู้วิจัยเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หรือการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Face to Face Communication) มากที่สุด เช่น การพูดคุยระหว่างญาติเพื่อนบ้าน และระหว่างเกษตรกรกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ การพูดคุยมีตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปจนถึงกลุ่มย่อย (Small Group) เป็นการสื่อสารที่มีองค์ประกอบครบถ้วน คือ มีผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิกิริยาสนองตอบ (Feed-Back² โดยนัยนี้ รูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล จึงเป็นแบบการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสาร ยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่จะยอมรับที่จะร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด³

ลาซาร์สเฟลด์ (Lazarsfeld) และเมนเซล (Menzel) กล่าวถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า

¹ Elizabeth G. Anderson, Lorin C. Staats and Robert N. Bectron, Communication in Everyday Use (Sanfrancisco : Rinehart Press, 1950), p.9.

² แผนกอิสระวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2520), หน้า 51.

³ Elihu Katz and Pual F. Lazarsfeld, Personal Influence : The part played by people in the Flow of Mass Communications. (New York : The Free Press, A Decision of Macmillan Publishing Co., (1955), p. 32.

1. การพูดคุยแบบ เป็นกันเองและส่วนตัวทำให้ผู้พูดและผู้ฟัง เกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น
2. การสื่อสารแบบพบหน้ากัน (Face-to-Face Communication) ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้
3. การสื่อสารแบบนี้ ทำให้ผู้ฟังมีความรู้สึก ว่า ตนเองได้รับรางวัลในแง่ที่ว่า สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้¹

ความหมายของสื่อ

ในกระบวนการสื่อสาร "สื่อ" (Channel or Media) หรือพาหนะนำข่าวสาร (Message Vehicles) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่ง ข่าวสารหากขาดสื่อ การสื่อสารนั้นก็เหมือนคนเป็นอัมพาต สื่อ (Media) ใช้ในความหมายต่าง ๆ มากมาย จนทำให้เข้าใจไขว่-เขวได้ง่าย ถ้าพิจารณาจากการใช้ทั่ว ๆ ไป สื่อในทางการสื่อสารหมายถึงสิ่งต่อไปนี้

1. วิธีการลงรหัสและถอดรหัสข่าวสาร (Model of Encoding and Decoding message)
2. พาหนะที่นำข่าวสาร
3. ตัวที่นำพาหนะนั้นไป²

หากพิจารณาจากรูปแบบของการสื่อสาร มีผู้กล่าวถึงสื่อไว้ดังนี้ คือ ในปี ค.ศ. 1948 ลาสเวลล์ (Laswell) ได้กล่าวถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารและกล่าวถึงสื่อไว้ด้วย โดยกล่าวเป็นคำถามง่าย ๆ ว่า

Paul F. Lazarsfeld and Herbert Menzel, "Mass Media Personal Influence," in The Science of Human Communication, ed. Wilbur Schramm (New York : Basic Books, 1963), P. 97.

² แผนกสื่อสารวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ศึกษานุกรมสื่อสารมวลชน, หน้า 3.

Who (ใคร)

Says what (กล่าวอะไร)

In which channel (ในช่องทางใด)

To whom (แก่ใคร)

Which what effect (เกิดผลอย่างไร)

คำว่า "ช่องทางใด" หมายถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายตามทิศทางที่ผู้ส่งสารกำหนดไว้¹

ซวรัตน์ เชิดชัย กล่าวถึงสื่อ (Medium) ไว้ว่า สื่อคือ ช่องทางข่าวสาร (Channel) ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด ตัวอักษร หรืออย่างอื่น ซึ่งเป็นคำที่ยืมมาจากระบบการสื่อสารโทรคมนาคม และนำมาประยุกต์ต่าง ๆ กันในกระบวนการสื่อสาร ดังนั้น สื่อ การสื่อสาร (Communication Media) หรือช่องทาง (ข่าวสาร) ของการสื่อสาร หรือสื่อ (Channel) จึงหมายถึงหนทาง ซึ่งแหล่งข่าวสารใช้สำหรับส่งข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่ผู้รับ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ช่องทางข่าวสาร อาจจะได้เป็นทาง (Paths) หรือพาหะ (Vehicles) ที่นำข่าวสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทางนั่นเอง²

ในปี 1960 เบอร์โล (Berlo) ได้เสนอแบบจำลองของการสื่อสาร หรือที่เรียกว่า S-M-C-R Model เป็นแบบจำลองที่กล่าวถึง "ช่องทาง" (Channel) การสื่อสารว่า ช่องทางกับสื่อมีความหมายเหมือน ๆ กัน เพียงแต่ช่องทางนั้น เน้นในด้านที่เป็นพาหนะนำข่าวสารจากแหล่งสาร (Source) ไปสู่จุดหมายปลายทาง คือ ผู้รับสาร³ สอนิต ยมาภัย ชี้แจงให้ทราบถึงคำว่า "สื่อ" กับ "ทางติดต่อ" ว่า หมายถึงสิ่งเดียวกัน

¹ Harold D. Laswell, The Structure and Function of Communication in Society (New York : Harper and Row Publishers, 1948), pp. 37 - 51.

² ซวรัตน์ เชิดชัย, ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน (คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527), หน้า 91 - 92.

³ David K. Berlo, The Process of Communication (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960), pp. 30 - 38.

แต่มองกันคนละแง่ บางครั้งมีผู้ใช้คำ 2 คำนี้ปน ๆ กันไป แล้วแต่ความเพ็งเล็งของผู้ใช้ เป็นสำคัญ สิ่งที่ควรกำหนดไว้ให้ดีก็คือ ถ้าขาดสื่อหรือทางติดต่อแล้ว การสื่อสารจะเกิดขึ้นไม่ได้ หรือถ้าหาก สื่อ หรือทางติดต่อ ไม่มีประสิทธิภาพพอ หรือมีอุปสรรคขัดขวาง การสื่อสารโดยอาศัยสื่อหรือทางติดต่อนั้น ก็ขาดประสิทธิภาพ ไม่ช่วยให้การสื่อสารดำเนินไป โดยความสะดวกเท่าที่ควร¹

ในโครงการเร่งรัดการป้องกันและกำจัดหนูเน้นหนักในนาข้าว ปี 2526 ในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะสื่อบุคคล (Interpersonal Media) และสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) เหตุผลที่เลือกศึกษาสื่อดังกล่าว เพราะสื่อทั้งสองมีการใช้มากในโครงการเร่งรัดการป้องกันและกำจัดหนูเน้นหนักในนาข้าว โดยเฉพาะสื่อบุคคลมีความถี่ในการใช้สูง การพบปะพูดคุยระหว่างเกษตรกรกับญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน ในการสร้างความรู้ความเข้าใจในการป้องกันและกำจัดหนูนาแล้วอาศัยสื่อบุคคลเป็นเกณฑ์ เฉพาะการติดต่อสื่อสาร การให้ความรู้แก่เกษตรกร โดยเจ้าหน้าที่ของรัฐก็อาศัยสื่อบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน

ประเด็นเกี่ยวกับสื่อ (Media) ยังมีแนวความคิดว่าในการใช้สื่อในกิจอย่างหนึ่งอย่างใด ไม่ควรใช้สื่อเพียงอย่างเดียว คือแนวความคิดทางด้านจิตวิทยาเห็นว่า การที่ประสาทสัมผัสของบุคคลได้ถูกกระตุ้นมากเท่าไร ก็ยิ่งจะทำให้ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้น มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ฟังมากขึ้นเท่านั้น และการที่บุคคลนั้นได้รับข่าวสารโดยตรง จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากกว่าได้รับข่าวสารจากทางอ้อม² มีรายงานผลการประชุมที่เมืองคิงสตัน (Kingston) ประเทศจาไมกา (Jamaica) บุคคลที่เข้าประชุมในครั้งนั้น ได้ร่วมกันวางแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อดังนี้

1. การใช้สื่อแต่ละประเภท ควรพิจารณาถึงข้อจำกัดและอุปสรรคในการสื่อสารกับผู้รับสาร เช่น การอยู่ในท้องถิ่นที่ห่างไกลความเจริญ ความยากไร้ ความสามารถ

¹ สวนิต ยมาภัย, การสื่อสารของมนุษย์ : แนวคิดและแนวปฏิบัติขั้นพื้นฐาน, หน้า 6.

² ประภาเพ็ญ สุวรรณ, ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2521), หน้า 96.

ในการอ่านออกเขียนได้ ตลอดจนลักษณะสังคมและวัฒนธรรม

2. การพิจารณาใช้สื่อแต่ละประเภท จะต้องพิจารณาถึงการเข้าถึงผู้รับสาร พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสาร
3. ขนาดของผู้ฟัง ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่เลือกเปิดรับ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation) และการยอมรับข่าวสารจากสื่อ
4. พิจารณาถึงปฏิกิริยาตอบโต้ในพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสาร
5. หากเนื้อหาของสาร มีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร (To inform) หรือ กระตุ้นความสนใจ (Reinforce or Motivate) จะใช้ตัดสินใจเลือกได้อย่างเหมาะสมที่สุด¹

ในการใช้สื่อ วิลเบอร์ แชรรม (Wilbur Schramm) เห็นว่า การใช้จะต้องคำนึงถึง ประสิทธิภาพของข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะสามารถทำให้ชาวบ้านตัดสินใจและเปลี่ยน พฤติกรรมได้ ถ้ามีความมุ่งหวังจะให้การส่งข่าวสารประสบผลในสิ่งที่หึงปรารถนา จะต้อง เข้าใจในเรื่องเหล่านี้ คือ

1. ต้องเข้าใจความเชื่อ ทศนคติ และลักษณะทางสังคม วิถีชีวิตของเกษตรกร
2. จะต้องเตรียมการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า (Face to Face) กับเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น เกษตรตำบล อำเภอ และเกษตรจังหวัด ให้เจ้าหน้าที่เหล่านั้น เข้าใจความเปลี่ยนแปลงของสังคม (Social Dynamic)
3. อาศัยการผสมผสาน (Integration) ของสื่อ ในการสื่อสาร โดยคำนึงถึง วิธีการและเวลาที่เหมาะสมในการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์²

¹ Caribbean Feed and Nutrition Institute, Kingston, Jamaica, "The Uses of Mass Media in feed and Nutrition Programm : Guidelines for Planner and Decision - Makers," (N.P. 1976), p. 18.

² Wilbur Schramm, The Role of Information in National Development (N.P. : Standford University Press and Unesco, 1964) p. 24.

บทบาทของสื่อ (Role of Media)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของสื่อเป็นอย่างดี และเล็งเห็นว่าในการติดต่อสื่อสารแต่ละครั้ง หรือกระทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด ควรเลือกสรรการใช้สื่อให้เหมาะกับสภาวะนั้น ๆ ประมะ สดะเวทิน ได้กล่าวถึง บทบาทของสื่อว่า ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่น ๆ การเลือกใช้อสื่อย่อมสามารถที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication Situation) ประสิทธิผลของการสื่อสารก็จะมาก¹ และเกษม กิตติชัยญาณกุล ได้กล่าวถึงบทบาทของสื่อไว้ว่า ผู้ใช้บริการโทรสารส่วนใหญ่ ได้รับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ เช่น จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวมากที่สุด รองลงมาได้แก่เจ้าหน้าที่การสื่อสารแห่งประเทศไทย และเพื่อนที่ติดต่อทางธุรกิจ²

บำรุง สุขพรรณ ได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสื่อว่า สื่อช่วยเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในข่าวสารที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้รับได้รับทราบข่าว เกิดความเข้าใจและตื่นตัว ดังนั้นข่าวสารที่เผยแพร่ไปยังประชาชนจึงต้องคำนึงถึงประเด็นที่ว่า ประชาชนหรือผู้รับสารมีความพร้อมหรือสนใจมากน้อยเพียงใดที่จะรับเอาแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ³ นอกจากนี้ กัญญา สุนทรารักษ์ ได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสื่อ ในการสื่อสารนวงกรรมว่า ในการเผยแพร่

¹ ประมะ สดะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2527), หน้า 59.

² เกשמ กิตติชัยญาณกุล, "บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบสื่อสารของโทรสาร : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการโทรสารสาธารณะระหว่างประเทศ" (ปริญญาานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า 59-60.

³ บำรุง สุขพรรณ, "บทบาทของสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การวางแผนครอบครัว" (สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522), หน้า 70.

นวัตกรรม โรเจอร์ ได้ให้ความสำคัญต่อ "สื่อ" มาก เพราะการที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมนั้น จะต้องตระหนักและรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นเสียก่อน แล้วจึงจะตัดสินใจว่าจะยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือไม่ และการที่ข่าวสารที่เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น จะไปถึงผู้รับสารได้ ก็ต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางของการสื่อสาร¹

ดังนั้น การเลือกและใช้สื่อ (Selection and Use of Channel) มักมีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร ลักษณะของเนื้อหา และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร การเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทหากไม่เหมาะสมแล้ว สัมฤทธิผลของกิจการนั้น ๆ อาจจะมีอุปสรรคขัดขวาง เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อแต่ละประเภท ได้มีผู้วิจัยพบว่า สื่อเพียงประเภทเดียวย่อมไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ การใช้สื่อแบบผสมผสานจะสำเร็จผลตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างรวดเร็ว²

แนวความคิดผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับบทบาทของสื่อบุคคล

โรเจอร์ (Rogers) พบว่า แนวทางที่นวัตกรรม (Innovation) จะเผยแพร่ไปสู่เกษตรกรมีดังนี้ คือ เพื่อนบ้าน พนักงานเดินตลาด และพ่อค้าขายปลีก หน่วยงานของรัฐ เช่น การบริการของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร³ ในประเด็นนี้ โรเจอร์ส์ ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อบุคคลนั่นเอง นั่นคือทั้งเพื่อนบ้านและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ ต่างก็เป็นสื่อที่นำเอาความรู้หรือนวัตกรรมไปสู่เกษตรกร พืชมีัย กระแสอินทร์

¹ กัญญา สุนทรารักษ์, "บทบาทการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพ จังหวัดราชบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526), หน้า 20.

² K.N. Singh, "What Research Says about Communication with Rural People," In Communication and Rural Change, ed P.R.R. Singh (Singapore : Asian Mass Communication Research and Information Centre, 1976), p. 54.

³ Everett M. Rogers, Social Change in Rural Society (New York : Appleton-Century-Grafts, 1960, P. 399.



ได้ศึกษามบทบาทของสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อเกษตรกรไว้ดังนี้--
เจ้าหน้าที่พนักงานส่งเสริม เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของเกษตรกร พนักงาน
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเกษตร เพราะรับเอาผล
การทดลองค้นคว้าจากนักวิชาการไปถ่ายทอดให้แก่เกษตรกร และพร้อมกันนั้นก็รับเอาปัญหา
ต่าง ๆ กลับมาให้แก่นักวิชาการแก้ปัญหา หรือที่เรียกว่า การทำงานแบบบุคคลวิธ
(Two - Way Communication)

ฉะนั้น จะเห็นได้ว่า พนักงานส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ใกล้ชิดกับเกษตรกรมากที่สุด เป็นผู้ให้คำแนะนำวิชาการต่าง ๆ แก่เกษตรกร¹

จากรายงานผลการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ กล่าวถึงบทบาท
ของสื่อบุคคลไว้ดังนี้ คือ จากการชวนช่วยหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ที่มีใช้การศึกษาปกติ
ในโรงเรียน เพื่อนำมาใช้ประกอบการหาเลี้ยงชีพ หรือปรับปรุงการประกอบอาชีพ ทั้งใน
ด้านการทำนาและอาชีพอื่น ๆ ที่ควบคู่กันให้ได้ผลดียิ่งขึ้น แหล่งให้ความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้
ได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน พนักงานส่งเสริมการเกษตร² และจากการศึกษาของ
สุวรรณ บัวทวน พบว่า จากการศึกษาทัศนคติของชาวนาในจังหวัดขอนแก่นนั้น ชาวนาจะ
ยอมรับของใหม่ คือ ได้รับความรู้ ได้รับความแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้นำในชุมชน และเพื่อนบ้าน
เป็นสำคัญ³

จากการศึกษาของ เพ็ญศรี วงศ์สิโรจน์กุล เกี่ยวกับอิทธิพลสื่อกับการให้ความรู้
การส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ทราบว่า สื่อที่สามารถให้ความรู้ความเข้าใจได้ดีที่สุด

¹ พิศมัย กระแสอินทร์, "ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียน
ของเกษตรกรจังหวัดศรีสะเกษ" (วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2522), หน้า 3.

² สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, รายงานผลการวิจัยเรื่องชาวนาชัยนาท สภาพ
ความเป็นอยู่กับผลกระจายจากระดับราคาที่สูงขึ้น, 2518, หน้า 36.

³ สุวรรณ บัวทวน, "ทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่ และลักษณะการยอมรับของ
ชาวนาในจังหวัดขอนแก่น" (ปริญาญานิพนธ์มหาบัณฑิต แผนกสังคมฯ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2515), บทคัดย่อ

คือ สื่อบุคคล โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ ญาติ เพื่อนบ้าน มีบทบาทอย่างมากที่จะให้ความรู้ เนื่องจากลักษณะที่น่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าลักษณะน่าเชื่อถือในระดับเกณฑ์ที่ดี จึงมีผลให้เกิดความเชื่อและนำไปปฏิบัติ¹ นอกจากนี้ยังมีข้อยืนยันอื่นอีกมากมายว่า สื่อบุคคลมีบทบาทในการสื่อสารเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรในชนบทหรือท้องถิ่นที่ห่างไกล ที่มีความเชื่อถือในเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น หากเป็นเกษตรกร ก็จะเชื่อถือในเจ้าหน้าที่เกษตร ด้วยเห็นว่าบุคคลดังกล่าว มีความรู้มีความชำนาญในวิชาการ ชัยฤกษ์ ไคลังคะ ได้ศึกษาบทบาทของสื่อบุคคล คือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรไว้ดังนี้ บทบาทของเจ้าหน้าที่การเกษตรในทัศนของชาวเขา จากการสำรวจเบื้องต้นและการสังเกต จะเห็นได้ว่า ชาวเขาในหมู่บ้านเมืองงาม จะมีความเชื่อถือต่อเจ้าหน้าที่ในระดับสูง เพราะถือว่าเป็นผู้มีความรู้²

บุญเลิศ สดสุชาติ ได้ศึกษาถึงบทบาทของสื่อบุคคล คือ เพื่อนบ้าน ที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวสารว่า รูปแบบการแพร่กระจายสินค้าใหม่ ๆ ไปสู่ประชาชนในหมู่บ้านชนบทในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามนั้น สื่อกลางในการแพร่กระจายสินค้าใหม่ได้ดีที่สุดคือ เพื่อนบ้าน³ นอกจากนี้ คณิต มานพพงศ์ ได้ศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช สาเหตุของการยอมรับวิทยาการใหม่ ๆ เป็นผลมาจากบทบาทของสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และได้กล่าวรับรองไว้ว่า การยอมรับวิทยาการ

¹ เพ็ญศรี วงศ์สิโรจน์กุล, "อิทธิพลสื่อกับการให้ความรู้การส่งเสริมเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ : ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์อนามัยแม่และเด็ก เขต 4 จังหวัดขอนแก่น" (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย), หน้า 108.

² ชัยฤกษ์ ไคลังคะ, "บทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต่อการยอมรับนวัตกรรมในการทำนาของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงในเชียงใหม่" (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า 49.

³ บุญเลิศ สดสุชาติ, "การศึกษารูปแบบของการแพร่กระจายสินค้าใหม่ ๆ ไปสู่ประชาชนในหมู่บ้านชนบท เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม" (ปริญาวิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต วิทยาลัยวิชาการศึกษา, 2516), หน้า 90 - 93.

แผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการติดต่อกับหน่วย
ส่งเสริมการเกษตร¹

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นเกษตรตำบล จนถึงระดับสูงขึ้นไป
จัดว่าเป็นสื่อบุคคลที่ทรงอำนาจอย่างแท้จริงในการเป็นแหล่งให้ความรู้ความเข้าใจแก่เกษตรกร
การให้ความรู้นั้นไม่ว่าจะในด้านการเกษตรแผนใหม่ การป้องกันและกำจัดศัตรูพืช การบำรุง
รักษาพืชผล เจ้าหน้าที่เกษตรมีส่วนเอื้ออำนวยต่อการให้ความรู้ในประเด็นดังกล่าว
ทัศนีย์ ศิริวรรณ ได้ยืนยันในประเด็นนี้ว่า--เจ้าหน้าที่การเกษตรเป็นแหล่งให้ความรู้
เกี่ยวกับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ที่สำคัญ โดยเฉพาะในเรื่องการใช้ข้าวพันธุ์ดี การทำนาคำ
แผนใหม่ เกี่ยวกับการตกกล้า และการปักดำเป็นแถว การใช้ยากำจัดศัตรูพืชและการใช้ปุ๋ย
ส่วนเกษตรกรนอกเขตชลประทาน แหล่งให้ความรู้เรื่องวิทยาการแผนใหม่ที่สำคัญคือเพื่อน
บ้าน² และวีรวรรณ กาญจนรังษี กล่าวถึงเกษตรกรว่า รับทราบข่าวสารมีความรู้เรื่อง
ข้าวพันธุ์ใหม่ที่รัฐบาลให้ปลูกขยายพันธุ์ จากเพื่อนบ้าน กำนันผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริม
การเกษตรตามลำดับ³

หัสชัย พร้าโมต กล่าวถึงบทบาทของเพื่อนบ้าน พ่อค้า ในการศึกษาการยอมรับ
การปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกรในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สาเหตุบางประการที่เกษตรกร
ยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้ง คือ ปลูกตามเพื่อนบ้าน เห็นเพื่อนบ้านปลูกแล้วก็มีกำไรมากขึ้น

¹ คณิต มานพพงศ์, "ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยาการเกษตร
แผนใหม่ ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนคร-
ศรีธรรมราช" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 75.

² ทัศนีย์ ศิริวรรณ, "ผลกระทบของการใช้น้ำชลประทานที่มีต่อการยอมรับวิทยาการ
เกษตรแผนใหม่" (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2522),
หน้า 63.

³ วีรวรรณ กาญจนรังษี, "ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับข้าวพันธุ์ปรับปรุง
ใหม่ของเกษตรกร ในท้องที่ตำบลมะกอก อำเภอบำซา จังหวัดลพบุรี" (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2520), บทคัดย่อ

ส่วนแหล่งความรู้ในการปลูกพืชในฤดูแล้ง การใช้ยาเคมี และการใช้ปุ๋ย ส่วนใหญ่ได้มาจากเพื่อนบ้าน รองลงมาเป็นบรรพบุรุษ และพ่อค้า ตามลำดับ¹ และจากการศึกษาของ จุฬารักษ์ สมรูป พบว่า แหล่งที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการวางแผนครอบครัวแก่ผู้รับบริการทำหมันหญิง ร้อยละ 52.5 จากเจ้าหน้าที่ให้บริการด้านสุขภาพและอนามัย รองลงมา ร้อยละ 34.4 ได้รับความรู้มาจากคนใกล้ชิด²

ปี พ.ศ. 2528 โรเจอร์ส (Rogers) และ เมเยน (Meyen) ได้ทำการวิจัยสื่อที่ก่อให้เกิดการสัมฤทธิ์ผลในการแพร่ นวัตกรรมในประเทศโคลัมเบีย โดยทราบว่า ในการเผยแพร่เทคนิคใหม่ ๆ นั้น อิทธิพลของสื่อบุคคล เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด ก่อให้เกิดการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม³

แคลพเพอร์ (Klapper) นักทฤษฎีสื่อมวลชน ได้อธิบายถึงบทบาทของสื่อที่มีต่อผู้รับสารว่า สื่อบุคคล เป็นประเด็นสำคัญ ที่ก่อให้เกิดผลต่อผู้รับ และยังได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า-- สื่อบุคคลเป็นตัวสำคัญที่จะสะกิดกันหรือส่งเสริมในสังคมนั้น ๆ ให้ยอมรับหรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง และถ้าสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดเห็นในเรื่องที่ต้องการเปลี่ยนแปลงด้วยแล้ว

¹ ทิศชัย พร้าโมต, "การศึกษาการยอมรับ การปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกร หมู่ 3 ตำบลกระสัง อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2523), หน้า 70.

² จุฬารักษ์ สมรูป, "การศึกษาเปรียบเทียบสาเหตุสนับสนุนในการตัดสินใจคุมกำเนิดถาวรของหญิงและชายไทย" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2521), หน้า 84.

³ E.M. Rogers and Wicky L. Megen, Communication Source for 2-4-D Weed spray among colombian Peasants Rural Social, 30, pp.213-219. Cited by Gardner Lindzey and Ellist Aronson, The Handbook of Social Psychology Vol. 3 (Massachusettes : Aldism Wesley Publishing Co., 1969), p. 234.

บทบาทของสื่อบุคคลจะมีความสำคัญอย่างยิ่ง¹ นับว่าสื่อบุคคลเป็นรูปแบบที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และร่วมกันทำกิจกรรมได้ดีที่สุด จึงสรุปได้ว่า สื่อบุคคลเป็นตัวชี้ที่มีผลต่อการทำให้ผู้รับยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด²

แนวความคิด ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับบทบาทของสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

การศึกษามหาชนของสื่อในโครงการเร่งรัดการป้องกันและกำจัดหนูเน้นหนักในนาข้าว ปี 2526 นอกจากจะศึกษามหาชนของสื่อบุคคลดังได้กล่าวมาแล้วในตอนต้น ผู้วิจัยก็ได้ศึกษามหาชนของสื่อเฉพาะกิจ เช่น เอกสารเผยแพร่ แผ่นปลิว แผ่นพับ และโปสเตอร์โฆษณา โดยเล็งเห็นว่า สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เกษตรกรได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษามหาชนของสื่อ ของ เบญจมาศ วัชรเทวินทร์กุล ได้กล่าวถึงสื่อเฉพาะกิจว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) มีบทบาทต่อการเผยแพร่ข่าวสารด้วยการใช้สื่อเฉพาะกิจนั้น ใช้สำหรับส่งสารบรรลุถึงวัตถุประสงค์เฉพาะเรื่องที่ตั้งไว้³ นอกจากนี้ รัตนาวิ บุณณภิวังศ์ ได้กล่าวถึงสื่อเฉพาะกิจประเภทเอกสารเผยแพร่ว่า สำหรับสื่อเอกสารเผยแพร่จะช่วยเสริมความรู้ในด้านรายละเอียดแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้รับจากสื่อบุคคล เนื่องจากสามารถนำมาอ่านทบทวนได้ตลอดเวลา⁴

¹ J.T. Klapper and Meyen, The Effect of Mass Communication (Illinois : The Free Press, 1968), p. 18.

² Elihu Katz and P.F. Lazarsfeld, op. cit. p 104.

³ เบญจมาศ วัชรเทวินทร์กุล, "บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร : ศึกษาเฉพาะกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดนครปฐม" (ปริญญาโท ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526), หน้า 15.

⁴ รัตนาวิ บุณณภิวังศ์, "ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนพันธุ์ข้าว จากพันธุ์พื้นเมือง เป็นพันธุ์เสริม : ศึกษาเฉพาะกรณีเกษตรกรอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี" (ปริญญาโท ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า 95.

และ อนุสรณ์ ศิริลักษณ์ กล่าวถึงผลสัมฤทธิ์ของสื่อเฉพาะกิจในการศึกษา เรื่องการวางแผนครอบครัว พบว่า คะแนนที่ได้จากการวัดความรู้ เรื่องการวางแผนครอบครัวของชาวบ้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ แสดงว่าสื่อเฉพาะกิจสามารถให้ความรู้แก่ชาวบ้าน ให้เพิ่มขึ้นจากความรู้เดิมได้¹

ประเด็นเกี่ยวกับบทบาทของสื่อเฉพาะกิจ ลักขณา มนธาดีผลิน ได้ศึกษาโดยแจกเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัวแก่สตรีวัยเจริญพันธุ์อายุ 15-45 ปี หลังจากแจกเอกสารไปแล้วทราบว่า ผู้ที่ได้รับแจกเอกสารเผยแพร่ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ไม่ได้รับแจก ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น ผู้มีฐานะ เศรษฐกิจดี ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้มีฐานะต่ำกว่า และผู้อ่านเอกสารเผยแพร่น้อยครั้ง ได้รับผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้นมากกว่า ผู้อ่านเอกสารเผยแพร่น้อยครั้ง และยังพบว่า

ร้อยละ 89 ยอมรับว่า ได้รับความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพอนามัยดีขึ้น

ร้อยละ 24 ได้รับทัศนคติใหม่ ๆ ในการปฏิบัติด้านอนามัย

ร้อยละ 64 จะนำผลไปปฏิบัติต่อไป²

สื่อเฉพาะกิจ นอกจากช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจในกิจการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีแล้ว สื่อประเภทนี้มีประสิทธิภาพในการให้ข่าวสาร เกศรินทร์ สุทธิไสย ได้ศึกษาถึงการใช้อย่างมีประสิทธิภาพของชาวตำบลท่าช้างฉัตร และตำบลหนองลุ่ม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดลพบุรี พบว่า สื่อเฉพาะกิจจะมีบทบาทอย่างมากในการให้ข่าวสารทางด้านสาธารณสุข³

¹ อนุสรณ์ ศิริลักษณ์, "ผลสัมฤทธิ์ของสื่อเฉพาะกิจในการศึกษา เรื่องการวางแผนครอบครัว" (ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2521), หน้า 3-5.

² ลักขณา มนธาดีผลิน, "การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐาน ด้วยเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัวกับผลสัมฤทธิ์กับการให้เอกสารเผยแพร่" (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524), หน้า 94-97.

³ เกศรินทร์ สุทธิไสย, "พฤติกรรมการสื่อสารในชนบท : การสำรวจทางสังคม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดลพบุรี," หน้า 28

อาดามส์ (Adams) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ให้ประจักษ์ ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสาร สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจ เป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างการใช้สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยทาง ไปรษณีย์ (Direct Mail) นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามที่ชุมชนต่าง ๆ การจัด นิทรรศการ สาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการ รณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น ๆ¹

มีรายงานที่กล่าวถึงบทบาทของสื่อทั้ง 2 ประเภท ที่ผู้วิจัยได้ศึกษา คือกล่าวว่า สื่อบุคคลมีอิทธิพลในการยอมรับนวัตกรรมนอกจากนั้นการประชุมอบรม และสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ ก็เป็นสื่อที่ช่วยให้การเผยแพร่ข่าวสาร เป็นไปอย่างกว้างขวาง²

¹ James Q. Adams, Media Planning 2 D (Oxford: Aden Press, 1977), pp. 162 - 167.

² Catherine McDole, A Report on Socio-Cultural Conditions in the Young Study Area of Roi-et in Northeast Thailand (Bangkok: United States Cooperations Mission to Thailand, December 1968), P. 23.